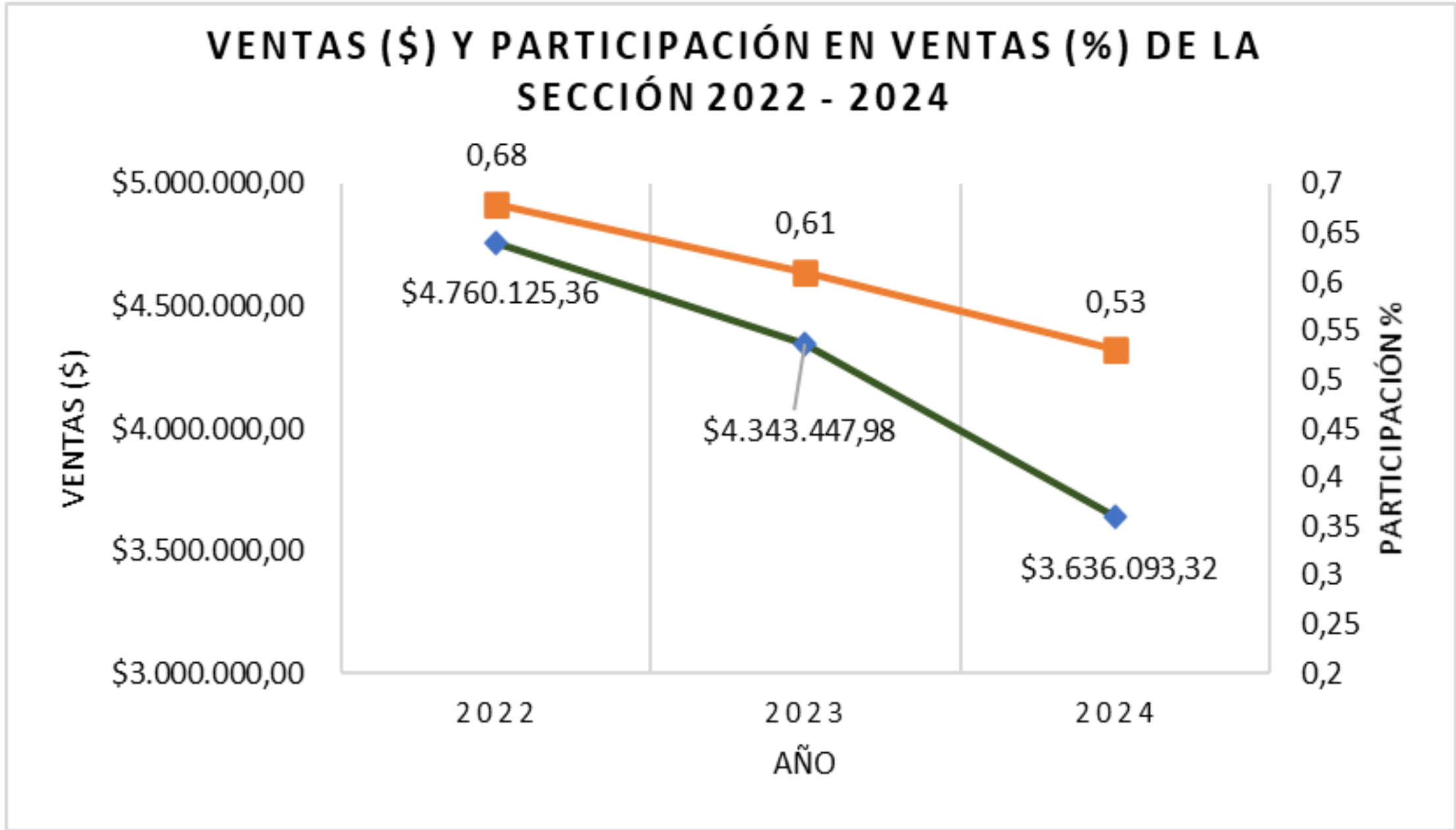


RESPONDE Y GANA: OPTIMIZACIÓN COMERCIAL BASADA EN LA VOZ DEL CLIENTE

PROBLEMA

La ausencia de una estrategia comercial actualizada en Almacenes "La Madrina" genera un bajo desempeño en ventas en la sección Plásticos de Hogar.



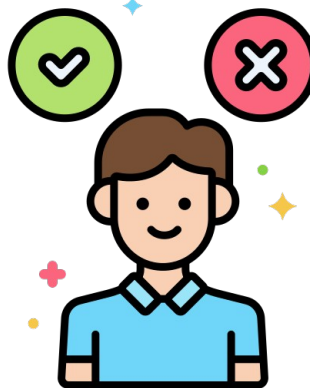
OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia comercial fundamentada en un análisis de mercado y de rendimiento interno, para potenciar las ventas de la sección de menor desempeño en Almacenes “La Madrina”.

PROPUESTA



El desarrollo de la aplicación móvil “Responde y gana” como la herramienta principal para la colaboración directa con los clientes donde estos podrán compartir sus opiniones y preferencias, guiando la oferta comercial y, a su vez, obteniendo recompensas por su participación.



La aplicación facilita la adquisición oportuna y continua de información sobre los gustos, preferencias y expectativas del consumidor, permitiendo una toma de decisiones informada y ágil.



La información obtenida se utiliza para alinear las promociones y el surtido de productos, lo que se traduce en una reducción de pérdidas, una gestión de inventario más eficiente y un incremento significativo en las ventas de la sección.



RESULTADOS

La propuesta permite a la empresa obtener información valiosa para alinear su surtido de productos y promociones con lo que los clientes realmente buscan. Esto no solo promueve un aumento en las ventas y evita el exceso de inventario, sino que también hace que los clientes se sientan escuchados y recompensados, motivándolos a regresar.



70% de los clientes estarían dispuestos a responder encuestas a cambio de incentivos

CONCLUSIONES

En conclusión, aunque el objetivo inicial de esta propuesta era incrementar las ventas de una sección específica de bajo desempeño, lo que ahora se espera lograr es insertar un modelo replicable de optimización comercial que pueda aplicarse en todas las áreas del supermercado que necesiten mejoras, para que de esta manera Almacenes La Madrina no solo mejore sus ventas, sino también se reinvente frente al consumidor moderno.